



Центральная городская библиотека
им. Ю.Н. Либединского
Отдел библиографической работы

Модное чтение в подростковой среде



Методическое пособие

Миасс, 2011г.

Дорогой читатель!

О моде много говорят, пишут, посвящают телепередачи и научные исследования. Если рассматривать библиотеку как одну из моделей культуры современного общества, то можно отметить здесь и общие черты с миром моды, с поведением людей данного мира и даже выделить моду на чтение.

Мода – это сложное, противоречивое и многоаспектное явление. В библиотечной теории и практике это понятие достаточно новое, хотя признаки моды можно проследить в истории человеческого общества и в библиотечной культуре. Изучение моды в чтении во многом затрудняется слабой изученностью массовых явлений вообще и моды в частности.

Современное общество встревожено тем, что статус чтения как средства интеллектуальной, духовной жизни общества явно идет к снижению. На наших глазах возникает новое явление – функциональная неграмотность или полу-чтение, охватившее огромные массы людей в цивилизованных странах. В орбиту этого явления попала и Россия. И, прежде всего, оказались в ней подростки и дети. Читательский негативизм стал нормой наших дней: книгой пользуются, с книгой работают, но не читают и не хотят читать. У нового поколения появились альтернативные источники получения информации. Это телевизор, компьютер, Интернет...

Поэтому в данном пособии мы рассмотрим «феномен моды» и особенности его проявления в сфере чтения подростничества. А, также выявим как с использованием механизмов моды, можно стимулировать читательскую активность подростков.

Данное издание адресовано специалистам книжного дела, библиотекарям, а также, всем тем, кого интересуют проблемы моды, книги и чтения.

Модное чтение в подростковой среде: методическое пособие [Текст]
/Составитель С.Г.Частухина. – Миасс,МКУ «ЦБС», 2011. – С.36

МОДА И ЧТЕНИЕ

Особенности проявлений моды в области чтения

Мода проходит, стиль остается.

К. Шанель



Мода на чтение – это своего рода питательная среда, обуславливающая вовлечение людей в книжное пространство; она – явление в основе своей позитивное, свидетельствующее о высоком авторитете книги, поддерживающее в обществе систему позитивных представлений о читательской деятельности. Наличие моды на чтение означает, что оно является престижным, одобряемым, значимым для больших групп людей занятием; включенность в него означает обладанием ценными в обществе характеристиками. В условиях, когда названное явление достигает стадии господства, даже люди, для которых чтение не является жизненной потребностью и культурной привычкой, стараются подчеркнуть свою принадлежность к печатному (или электронному) слову, стыдятся признаваться, что не любят читать. Сам факт проявления феномена моды в данной сфере стимулирует, ускоряет процессы, связанные с чтением: беседы о прочитанном, обсуждение литературных явлений, обмен книгами, приобретение их в личное пользование.

Как правило, чтение воспринимается как модное, престижное занятие в тех социальных средах, где востребованы и высоко ценятся характеристики, достигаемые с его помощью: эрудиция, интеллект, высокая культура, развитые речевые способности и т.д. Поэтому наличие или отсутствие моды на чтение связано, прежде всего, с глубинными процессами, происходящими в общественной жизни, сформированными конкретно-исторической ситуацией потребностями социума, которые могут быть им осознанными в той или иной мере.

Таким образом, благое пожелание «создать моду на чтение» безотносительно к объективной реальности, морально-психологического климата в стране, доминирующих у больших социальных общностей ценностных ориентаций, усиливающихся и

распространяемых посредством различных коммуникативных средств, выглядит, по меньшей мере, утопичным.

Кроме того, подчеркнем, что достижение модой стадии господства не может быть стратегической целью системы деятельности по развитию и поддержке чтения, конечным ожидаемым результатом. Мода по природе своей недолговечна, изменчива и неизбежно устаревает, подходит к стадии угасания; сущность моды заключается в ее непостоянстве, постоянного стремления к новизне. Мода развивается в соответствии с собственной логикой; неизбежно проходя циклы становления, господства и угасания, она стремится к непрерывному обновлению своих объектов.

Таким образом, стремясь «создать моду», мы должны понимать, что на этом пути можем достичь лишь временного эффекта. Поэтому правильнее, на наш взгляд, стремиться не к созданию моды на чтение, а к использованию этого феномена в инструментальных целях в качестве средства, которое может исполнить роль пускового механизма в стимулировании читательской активности, постепенного закрепления устойчивой потребности в книге и чтении. Моде может быть отведена роль своеобразного «агента влияния», с помощью разнообразных социальных приманок вовлекающего людей в читательскую деятельность.

Рассмотрим **взаимосвязь моды на чтение и читательской моды**. Мода на чтение создает условия для ускоренного развития и усложнения различных процессов в данной сфере. В ситуации общественного признания значимости чтения, вовлечения в него различных социокультурных слоев населения формируются различные стратегии читательского поведения, культурные нормы взаимодействия с книжной культурой. Чтение берет на себя, помимо содержательной нагрузки, обусловленной его объективной ценностью (средство образования, личностного роста, художественного развития, инструмент приобретения профессионализма, базовая интеллектуальная технология), функцию инструмента социальной дифференциации. В этих условиях наблюдается некоторая избыточность читательского поведения; в данном случае она проявляется в том, что люди используют книжно-журнальную и газетную продукцию (в традиционном и электронном виде) не только в качестве средства образования, приобретения профессиональных

знаний, освоения социального опыта, источника эмоций, но и в качестве знака, символа, позволяющего улучшить собственный имидж, повысить социальный статус, примкнуть к определенной социальной общности. Иными словами, чтение осуществляется не только ради собственно чтения, но и ради достижения определенных социальных выгод.

Это, в свою очередь, создает питательную почву для развития вариативности читательского поведения, появления в нем элементов, не связанных напрямую с изначальным предназначением чтения: обуславливает присутствие в нем элементов игры, знаковости, используемой в целях уподобления-обособления в социальном взаимодействии. Все это создает социальный фон, необходимый для зарождения читательской моды.

Попытаемся понять, что же такое читательская мода. Термином «читательская мода» подчеркивается, что модны, прежде всего, не конкретные произведения печати, авторы, а отношение к ним, проявляющееся в действиях, суждениях людей. Произведения печати становятся модными или перестают быть таковыми в зависимости от того, какие стандарты поведения по отношению к ним приняты в обществе в определенный промежуток времени. Читательская мода в данном контексте выступает как явление, производное от объективно обусловленной популярности, вторичное по отношению к ней. Вместе с тем, мода делает объективно обусловленную популярность более зримой, закрепляя круг чтения и выражая в утрированном, преувеличенном виде наиболее характерные особенности читательской деятельности на каждом этапе общественного развития.

С неизбежной в данном случае неполнотой, попытаемся обозначить основные области проявления читательской моды. Это:

- Мода на определённые нормы читательского поведения;
- Мода на определённые литературные объекты;
- Мода на определённых авторов;
- Мода на определённые литературные течения, темы, жанр;
- Мода на определённые институты книжного дела;
- Мода на определённые носители информации;
- Мода на определённые коммуникативные каналы распространения сведений о литературных явлениях;

-Мода высказываться тем или иным образом о произведениях печати и т.д.

Таким образом, о читательской моде можно говорить не только в узком смысле, обозначая данным понятием определенное отношение к произведениям печати, но и в широком смысле, охватывая разнообразный спектр элементов читательского поведения. Формируется мода и антимода на определенные произведения; бывает модно или немодно читать фантастику, посещать те или иные библиотеки, тратить крупные суммы денег на книги, коллекционировать литературные раритеты, создавать домашние книжные собрания; и т. д. Иными словами, читательская мода распространяется практически на все внешние проявления деятельности, связанной с книгой и чтением, и развивается «изнутри» уже сформировавшейся моды на этот род занятий. В этом смысле можно говорить о расширительной трактовке читательской моды. С этих позиций ее можно определить как динамичную стандартизованную форму поведения различных групп читателей, проявляющуюся в демонстративном следовании нормам этих групп.

Читательская мода является **отражением духовной атмосферы общества**, выбирая и выделяя из огромного массива культурных ценностей именно те, которые в наибольшей степени соответствуют этой атмосфере, и доводит их потребление до предельного, утрированного выражения, оформляя в виде временно действующих культурных норм. Читательская мода является своеобразным внешним оформлением внутреннего содержания общественной жизни. Она соотносится с этим содержанием, как пена соотносится с рекой: она – не суть, но поверхностное проявление этой сути, своеобразное отражение, визуальная фиксация происходящих глубинных процессов, наглядное представление о «русле», «ландшафте» и «скорости течения» «реки» общественной жизни.

Поскольку читательская мода является объективным явлением и подчиняется ряду «внемодных» факторов, пытаться управлять этим феноменом можно, лишь приспособившись к нему, относясь к названному явлению как к данности. Видимо читательская мода, как и мода в иных сферах жизнедеятельности, формируется стихийно, но, в то же время, подчиняется объективным процессам социальной жизни, логике изменяющегося общественного сознания. В то же

время, нельзя забывать и о том, что мода обладает собственными законами саморазвития, особенностями распространения в различных средах и только ей присущими признаками. В частности, только ей свойственными, атрибутивными характеристиками, или внутренними ценностями моды называют игру и демонстративность.

Явление читательской моды зачастую путают с литературной модой, употребляют данные словесные обозначения как синонимы. Это представляется ошибочным, потому что читательская мода формируется в сфере потребления продукта культуры (в данном случае книги, журнала, газеты и других произведений печати в традиционном или электронном виде), а литературная мода бытует в сфере создания разнообразных текстов, формируется в авторской среде. Литературная мода формируется в основном в писательской среде и проявляется в процессе написания и издания разнообразных текстов; ей подвластна научная, научно-популярная, учебная и иная литература.

Однако в большей степени она влияет на написание художественных произведений; большая подверженность художественного, а не научного и научно-популярного творчества моде связана с его более широкой адресацией; авторы и издатели в погоне за признанием, в большей степени ориентируются на непредсказуемого имплицитного читателя, существующего в их воображении, подсознательно учитывают капризы и предпочтения читающей публики. На это обратил внимание Л. Свендсон: «искусство, само того не осознавая, подчиняется влиянию моды, между ними нет четкой границы». Эта область проявления моды в основном является предметной областью искусствоведения, исследующего художественное творчество, в том числе – различные явления литературы. мода во многом определяет распространенность различных родов литературы в том или иной временной период; прозы, поэзии, драматургии; разновидностей художественных произведений в тот или иной период (роман, повесть, очерк, рассказ, поэма, сонет и др.). Она же влияет на литературные течения, господство в литературе конкретных жанров, тем, стилей, интонаций.

В детско-подростковой литературе конца XX- начала XXI вв. очевидна популярность отдельных жанров; в предпочтениях авторами определенных художественных форм можно усмотреть

взаимодействие модных тенденций. Общеизвестно, что мода способна подчинить себе различные ценности, и поэтому в разные периоды модными предстают авторы, роды литературы, литературные течения, стили, жанры, приемы, герои.

Книга предполагает обоюдный интерес читателя и писателя, на который подчас откладывается и фактор моды. В выборе современными авторами художественных жанров и в их бытовании в литературном пространстве наблюдается конъюнктурность – стремлении адекватно отреагировать на читательские потребности и веления времени. Значим запрос читателя на определенный жанр, воспринимаемый как актуальный, свежий, оригинальный, престижный (может быть, модный). Читатели собственным выбором влияют на процессы создания тех или иных литературных форм, по-своему воздействуя на творцов и косвенно участвуя в создании книг привлекательных жанров.

Положительным качеством литературной моды считается ее **опосредованная помощь читателю в приобщении к социальному, культурному, духовному опыту своего народа и человечества в целом** – через знакомство с разнообразными художественными жанрами. В живом литературном движении стираются различия между массовыми и элитарными, традиционными и новаторскими формами, происходит их трансформация и ассимиляция, что ведет к расширению книжного пространства и обновлению жанровой системы, эстетическим новациям, общей гармонизации литературного процесса.

Возможности использования феномена моды в целях стимулирования читательской активности

Каждый человек имеет свою меру внушаемости, в той или иной степени подвержен заражению, подражанию, конформности; в этом случае речь может идти об индивидуальной подверженности моде, предрасположенности к ней. Обращение к психологии личности уместно и при изучении ценностных ориентаций личности, индивидуальных потребительских стратегий, обуславливающих то или иное отношение к моде.



Рассмотрим **возможности педагогического подхода**. Первые упоминания о читательской моде носили характер морального осуждения этого явления, носили оценочный характер и явно отражали педагогический подход к данному явлению. Пионер демократического книгоиздания в России Н. Н. Новиков сатирически характеризовал тип читателя, в которых легко угадывается модник – Чужемысла; В. Г. Белинский противопоставлял моду, прихоть разумной, глубоко осмысленной потребности в книге и старался уберечь читающую публику от книг, которые «отзываются толкучим рынком». Преимущественно педагогический подход к различным проявлениям феномена моды в чтении был характерен и для первой половины XX столетия. А. А. Гинкен, автор трёх выпусков издания «О чтении и книгах» предостерегал читающую публику от увлечения модными писателями, имеющими шумный успех.

Как видим, сторонниками педагогического, оценочного подхода к читательской моде это явление рассматривается как негативное, свидетельствующее о читательской незрелости, неумении сформировать круг чтения, отвечающий индивидуальным духовным потребностям. Современный взгляд на это явление позволяет интерпретировать моду в чтении шире, рассматривать его в широком социальном контексте и искать возможности активного взаимодействия с этим феноменом.

Представляется очевидным, что для того, чтобы с позиции «педагога нации» сформировать моду на чтение, нужно попытаться повлиять на систему общественных ценностей, повысить престиж видов деятельности, требующих эрудиции, развитого интеллекта, широкого кругозора, культуры речи, коммуникабельности, интеллигентности – характеристик, развитие которых напрямую связано с чтением.

Нетерпимые реалии современной жизни, когда читатель остался в литературном потоке «без руля и ветрил», требуют энергичного вмешательства в систему «читатель и книга». На смену изжившей себя теории «руководства чтением» должна прийти идеология культурного посредничества, основанная на понимании обязанности профессионалов, ответственных за развитие книжной культуры (в первую очередь издателей, библиотекарей, работников книготорговых организаций), предоставить в распоряжение читателя

накопленные человечеством духовные ценности и помочь осуществить их оптимальный выбор.

Современный педагогический подход, основанный на идеологии культурного посредничества, базируется на умелом использовании механизмов формирования и каналов распространения данного явления, что предполагает синтез педагогики, теории социальной коммуникации, социальной синергетики, социальной психологии и психологии личности.

Педагогический подход требует изучения возможностей с помощью системы психолого-педагогических воздействий усиливать позитивные и нейтрализовать негативные стороны моды в области чтения. Иными словами, применять социально-психологические механизмы общения для побуждения к чтению, формирования интереса к конкретным произведениям печати; использовать характерные для нее коммуникационные каналы; всемерно развивать общение по поводу книги и чтения; исследовать влияние моды на развитие личностного потенциала; вскрывать потенциал моды для запуска механизмов саморазвития читательской деятельности.

В рамках педагогического подхода предполагается и опора на моду с целью стимулирования читательской деятельности. Очевидна и необходимость выявления потенциала воспитательно-образовательных учебных заведений в этом процессе, особенностей их регулятивного воздействия на модообразование.

Велики и возможности культурологии. В последние годы в данной области научного знания наблюдается переход от фиксации влияния моды на различные сферы жизнедеятельности к пониманию необходимости осознанного взаимодействия с этим феноменом. Активная позиция, направленная на повышение привлекательности чтения, его престижа («создания моды»), побуждает к поиску различных культуротехнических средств и приемов, направленных на восстановление ценности чтения.

Эти поиски уже идут; специалисты, исследующие моду, ищут возможности влияния на нее, объясняя это интересами гуманистически ориентированного социального проектирования, «создания образа завтрашнего дня». В частности, рассматривается вопрос о возможности придания объекту символической ценности путем помещения его в среду других, уже ставших модными,

ценными и значимыми предметами и явлениями; в этом случае мода выполняет функцию рекламы.

Результативные поиски возможностей **воздействия на феномен моды в чтении** находятся в области **социально-психологический подхода**, изучающего особенности общественной жизни, связанные с взаимодействием людей, их влиянием друг на друга. Отношение к чтению во многом определяется групповыми нормами, потому что человеческое общество носит фрагментарный характер, бытует разделение на «мы» и «они». Социально-психологический подход при изучении разнообразных проявлений феномена моды в чтении неизбежно пересекается с подходом с позиции теории социальной коммуникации.

В процессе коммуникации люди обмениваются знаками; в качестве таковых могут выступать модные предметы, суждения, оценки, особенности поведения. Они сообщают посредством системы кодов информацию о человеке, который их использует. В процессе формирования моды исключительно велика роль общения: она развивается в процессе общения, благодаря общению, ради него, с использованием его каналов и механизмов. Российский специалист в области историко-социологических и социально-психологических исследований Б. Ф. Поршнев утверждал, что люди приобщаются к моде не независимо друг от друга, а перенимают её при непосредственном контакте. Ближайшее окружение человека является как бы ретранслятором информации, полученной из различных каналов, придаёт ей личностную окраску и многократно усиливает тем самым интенсивность воздействия.

Поскольку речь идет о таком материале проявления моды как чтение, необходимо сосредоточить исследовательские усилия и на возможностях институтов книжного дела, в первую очередь – библиотек. Рассмотрим, в чем в данном случае заключается суть библиотековедческого подхода. Библиотека как основной институт организации чтения, имеющий длительный непосредственный контакт с читателями, имеет наибольшие возможности усиления моды на чтение: на это нацелена практически вся система ее работы и целенаправленной программно-проектной деятельности по поддержке и развитию чтения. Внимание к различным проявлениям моды в чтении позволяет более четко выстроить стратегию комплектования

книжных фондов, тематику различной библиографической продукции, определить содержание массовой работы с читателями.

Вспомним, что советский библиотековед А. А. Покровский ещё в 30-е годы просил библиотекарей не ограничиваться порицанием «бульварной» литературы, не смешивать модные книги «в одну облитую презрением кучу», а изучать их. Он считал, что если в библиотеке нет модных книг, вряд ли это будет способствовать притоку читателей.

А. А. Покровский призывал изучать причины успеха модных книг, выяснять, в чём их сила, подход к читателю. Привлекая внимание читателей к особенностям литературы, обеспечивающим ее притягательность, специалисты книжного дела нашли бы кратчайший путь к сердцу читателя. Иными словами, полагалось, что библиотекарю нужно изучать модные книги и модообразующие признаки произведений, чтобы активнее воздействовать на содержание чтения, способствовать проникновению в круг чтения социально ценной литературы. Эта проблема сохраняет актуальность и по сей день: библиотечному сообществу необходимо максимально использовать социально-психологические, в частности – имитационные механизмы моды, чтобы внушить читателям представления о высоком престиже чтения, заражать стремлением прочитать те или иные книги, привлекать внимание к высоким образцам литературы, находить адекватные для той или иной категории читателей каналы распространения информации о ней.

Отдельная библиотекведческая проблема – выстраивание взаимодействия с читателями, подверженными моде, на литературу, художественный уровень которой невысоко оценивается экспертным сообществом. Наиболее правильным в современных условиях представляется вариант взаимодействия, при котором профессионалы идут от сложившихся предпочтений читателей, пытаясь разобраться в причинах популярности того или иного произведения. Игнорирование этой проблемы может привести к социальному отчуждению массы читателей и профессионалов книжного дела, что неминуемо заведет в тупик культурную политику. Читающая публика и корпус специалистов, экспертирующих книжную продукцию, не должны уподобляться потокам, движущимся по параллельным улицам. Представляется неправильным

абстрагирование от сложившихся реалий мира читательских предпочтений; отталкиваясь от них, в данном случае – моды на определённых авторов, конкретные книги, можно способствовать продвижению неискушенных книголюбителей в «зону ближайшего развития». Новые исследовательские возможности библиотек связаны с выявлением возможностей информационных технологий. Интернет как наиболее доступное коммуникативное пространство поможет организовать диалог, понять причинность и мотивацию читательских запросов людей, особенно – молодых, попытаться сформировать интерес к заслуживающим внимания произведениям. Модные книги, к которым уже сформировался обостренный интерес, могут создать основу для такого взаимодействия. Участие различных возрастных групп в этой работе позволяет снять барьеры между поколениями, сформировать приемлемое поле взаимодействия.

Все выше изложенное основано на реализации постулата, в соответствии с которым можно управлять модой, лишь приспособившись к ней; действуя на ее пространстве, используя ее средства и каналы распространения. Представляется очевидным, что для современного периода характерен интерес к проявлению моды в чтении как к средству, которое можно использовать в инструментальных целях как стимул побуждения к чтению. Моде отводится роль культурной посредницы, которая с помощью разнообразных социальных приманок рекрутирует читателей.

Результатом этой деятельности должно стать сознательное формирование моды на чтение, особенно – у молодых людей. Важно внедрять в их сознание, что чтение как никакой другой вид деятельности способствует развитию мышления, речи, тренирует память, активизирует словарный запас, обогащает личный опыт, позволяет познать самого себя и других людей. Не читая, нельзя достичь полноценной самореализации, раскрытия богатейшего потенциала личности.

Мода на чтение – путь к формированию устойчивой культурной привычки. Различные стимулы развития чтения, в данном случае, читательская мода, могут оказаться могущественным средством приобщения к книжному богатству. И тогда заклинания типа «Читать – модно!», «Читать – престижно!» будут постепенно вытеснены пониманием того, что **чтение – жизненно необходимо.**

ЧИТЕЛЬСКАЯ МОДА В ПОДРОСТКОВОЙ СРЕДЕ

Мода и подростки

Мода - это управляемая эпидемия.

Бернард Шоу



Мода, как таковая, в детской среде – явление объективное или искусственно привносимое? Этот вопрос задает **Н.К. Сафонова** в статье «**Существует ли детская читательская мода?**» и отвечает: *«Безусловно, дети подражают модным явлениям взрослого общества, так как значительную часть дистанции детства познают и осваивают мир, пользуясь методом подражания. Эти подражания моде, «игра в модниц» носят утрированно-гротескный характер, так как ребенку не хватает знаний, опыта, вкуса, чувства меры. Соответственно, и для выработки собственных модных течений у детей нет реальных возможностей – слишком мало средств и ресурсов, (в первую очередь, материальных), недостаточный информационный потенциал».*

Нечто сходное с явлениями моды в детской среде проглядывает наиболее отчетливо в игровой деятельности детей – наиболее обширной и значительной сфере «самости» ребенка в достаточно широких возрастных границах периода детства и отрочества. Здесь прочитывается мода на определенные виды и формы игровой практики, на те или иные игровые аксессуары – достаточно вспомнить «резиночки», «кепсы», куклы Барби и т.д.

Однозначно назвать это модой, конечно, нельзя. Здесь явно отсутствуют многие из ключевых признаков моды. Отсутствует концептуальность, (т.е., сознательное содержательное наполнение своего следования «определенным культурным образцам»), приглушена демонстрационность, ожидание социальных дивидендов – хотя, определенная стратификация внутри детского сообщества по признаку обладания - необладания культовыми игровыми аксессуарами, пусть не системно, в мягких, часто карикатурных формах, но имеет место уже на уровне детского сада.

Из признаков моды наиболее явно здесь обозначается признак распространенности в массе (педагоги и воспитатели не случайно

сравнивают распространение детских игр с «волнами» или «эпидемиями») и признак закрепленности во времени. Причем, признак «времени» проявляется в этом случае двойко. Есть игры и игровые атрибуты, которые характерны для определенных исторических эпох (игры в «космонавтов» в 60-е-70-е годы, например) и другие – те, что характерны для определенных возрастных ступеней детства, («домик», «дочки-матери» – 5-8 лет, поисковые строительные игры – 9-10 лет, соревновательные игры – 10-12 лет и т.д.). В этом смысле, то, что происходит в детском сообществе, в какой-то степени согласуется с одним из определений моды.

Это отчетливо проявляется и в читательском поведении детей. Например, выбор жанровых «образцов» на каждой возрастной ступени прямо связан с особенностями психо-физиологического развития детей на соответствующих этапах детства.

Так, фольклорная и литературная сказка в дошкольном и младшем школьном возрасте доминируют в читательских тяготениях ребенка потому, что фантазия, воображение на этой ступени детства являются самыми сильными способностями детской природы, и сказка наилучшим образом эти способности питает и развивает.

С другой стороны, сказка, с ее четкой, незыблемо устойчивой системой этических координат, помогает ребенку в формировании первых ориентиров жизнеустройства в человеческом мире, что для него, на этой ступени развития, жизненно важно.

В отроческом возрасте настает черед запойного чтения детектива. В частности, потому, что на этой ступени онтогенеза одно из главных новообразований – пробуждение способностей аналитического мышления, для которого детектив, построенный на логических цепочках, требующий от читателя сосредоточенного внимания и наблюдательности, является подлинным витамином роста.

К тому же, действенной натуре отроков импонирует интерактивная природа жанра – ведь детектив предполагает активное соучастие читателя, которому предоставляется возможность ведения альтернативного расследования, (от читателя ничего не скрыто – то, что видит герой-детектив, видит и читатель, важно правильно расставить факты и наблюдения).

В старшем подростковом возрасте наступает черед литературы с философской компонентой, ибо ведущим видом деятельности на

этом возрастном этапе становится ценностно-ориентационная деятельность. С этим, в частности, связана стойкая популярность в подростково-юношеской среде книг Д.Р. Толкина, П. Коэльо, причем, не в одном поколении.

Можно с уверенностью говорить, что широкое распространение в детской читательской аудитории получают те книги, которые в наибольшей степени соответствуют потребностям роста и развития ребенка на данной возрастной ступени.

В связи с **циклом книг Дж. Ролинг о Гарри Поттере** много говорилось о роли грамотной рекламной раскрутки этого издательского проекта. Безусловно, этот фактор сыграл здесь немалую роль – и потому, что сама рекламная компания проводилась с невиданной масштабностью, ярко и изобретательно, и потому, что дети – особенно внушаемая аудитория, манипулятивная по своей природе. Но объяснить всемирный успех «Гарри Поттера» только действием рекламных технологий было бы слишком просто и глубоко неверно. Тем более что первочитатели и фанаты «Гарри Поттера» стали уже студентами, а книга продолжает успешную жизнь в отроческо - подростковой среде; популярность ее сегодня уже не такая ажиотажная, но достаточно устойчивая.

Дж. Ролинг, может быть, не относится к писателям большого художественного дарования, но одно ее достоинство несомненно – дар понимания ребенка - подростка, удивительное чутье, с которым Ролинг угадывает жажды и тревоги современного подростка. Книга точно просчитана на отроческо -подростковый возраст и отражает все насущные подростковые состояния: разлад со взрослыми, рождающий ощущение беззащитности и сиротства и, одновременно, страстная потребность в поддержке, признании, дружественности взрослого друга; обретение своей сверстнической общности, объединенной особым языком, ритуалами, местом (штабом); потребность быть «как все» и, одновременно, страстное желание удостовериться в своей уникальности. В поттеровском цикле замечательно отразилось наше общее сегодняшнее ощущение социальной беспомощности, (наиболее острое опять-таки у подростков), из которого рождается страстная потребность обретения защиты, надежды на некое гармонизирующее зыбкую, нервно-пульсирующую реальность, начало – взрослые

бросаются в мистику, оккультизм, уфологию, как же детям не уверовать в волшебство!

Безусловно, подросткам импонирует и тот жанровый коктейль, который «взбила» для них писательница: здесь элементы фольклорной и литературной сказки, детектива, приключенческого романа, романа воспитания, триллера и, разумеется, фэнтези, что, конечно, обеспечило массовость читательской аудитории этому литературному циклу.

История с «Гарри Поттером» подтверждает то, что подростничество – наиболее благоприятный возрастной этап для формирования восприимчивости к модным тенденциям (в раскрутке издания, несомненно, использовались механизмы и технологии формирования моды).

Стремительно меняющиеся и внешне и внутренне и оттого, подверженные многим страхам и комплексам, подростки особенно тоскуют по защищенности, по «чувству спины». Поэтому они сбиваются в стаи и сообщества, дающие им блаженное ощущение покоя. Свои сверстнические объединения подростки орнаментируют и скрепляют элементами субкультурной моды – в одежде, аксессуарах, музыкальных предпочтениях, особой сленговой языковой стихии посвященных и т.д. Именно страх утратить «чувство локтя» делает подростков особенно зависимыми от сверстнической общности и очень, в силу этого, внушаемыми.

Таким образом, о читательской моде, как моде на определенные литературные тексты, в детско-подростковой среде можно говорить с известной долей условности. Формирование читательской моды здесь затрудняется и таким объективным фактором, как несовершенство техники чтения, невладение основными стратегиями чтения, что неизбежно отнимает у чтения изрядную долю привлекательности и удовольствия. А заключенность чтения в этот период жизни в нормативные пределы (обязательное школьное программное чтение), отторгает от активной читательской деятельности.

Здесь следует вспомнить о том, что понятие «читательская мода» имеет и расширительное толкование, включая моду на определенные форматы чтения, моду на те или иные институты читательского посредничества и, наконец, собственно на чтение как

вид досуговой деятельности. Именно в этой позиции в настоящее время мы имеем главную уязвимую точку.

О моде на чтение, как о сколько-нибудь массовом явлении среди детей и подростков, мы сегодня явно говорить не можем. Все социологические исследования последних лет регионального и общероссийского уровней показывают, что большинство юных респондентов соглашались с тем, что чтение не занимает существенного места в их жизни.

Чтение сохраняет свои позиции как необходимый инструмент учебной деятельности, (в этом качестве воспринимаясь, часто, как «неизбежное зло»). Продолжает существовать чтение в жизни детей и как ресурс релаксации, развлечения, отдыха. В этом случае востребован совершенно определенный литературный материал («легкий», «без занудства», «без описаний» и т.д.) и определенные модели чтения («без напряжения», «чтобы не париться», «читать по касательной»). Как видим, здесь опять явление «моды наоборот», посыл которой – не выделиться а, напротив, слиться с вязко - бесформенной массой «сокративших потребности».

Утверждая, что «чтение устарело», «чтение не модно», «чтение стало не интересным», подростки главную причину этого видят в стремительном вторжении новых информационных технологий во все сферы жизни – школьную, домашнюю, досуговую. Они считают, что перестали читать, потому что: «появились компьютер, мобильная связь и другая техника», «берут информацию в Интернете», «появилось много более интересных средств получения информации и знаний». Результатом становятся категоричные выводы: «на дворе XXI век, книги уже безнадежно устарели», «компьютеры заполняют все», «идет поколение компьютеров!».

В следующей части мы рассмотрим читательское поведение подростков в мультимедийном пространстве, и попытаемся найти способы стимулирования читательской активности подростков с использованием механизмов моды.

Стимулирование читательской активности подростков с использованием механизмов моды

Чтение – это творческое воссоздание содержания текста в сознании читателя. «Воссоздание» в отличие от «восприятия» несет в себе не репродуктивное (взять готовое), а созидательное начало. За 150 лет смысл слова «чтение» претерпел существенные изменения. От чисто технического «разбора» текста, он трансформировался в «восприятие», а позже – в творческий процесс.



Проблема чтения в современной России остра и противоречива. С одной стороны, очевидно, что структура досуговой деятельности различных возрастных групп, особенно молодёжи, изменилась, с другой, вызывает сомнение то, что современную ситуацию в сфере чтения продолжают оценивать с позиции прошлых лет. Миф о почти полной утрате интереса молодых россиян к чтению овладел всеми слоями общества.

В.Я. АскарOVA в статье **«Чтение: от идеологии «катастрофизма» - к энергии действия»** стремится развенчать этот «миф» о постоянно ухудшающейся ситуации с чтением молодежи. Автор отмечает, что для полной картины современного чтения необходимы комплексный анализ коммуникативного и информационного поведения людей, учет доминирующего воздействия визуальных медийных средств, внимательное отношение к различным проявлениям молодежной субкультуры. Однако в обществе принято объяснять миф об утрате молодежи интереса к чтению традиционным набором причинно-следственных связей, «бездуховностью» подрастающего поколения, что не проясняет истинного положения дел и не дает ориентиров для стимулирования читательской активности.

Рост популярности ряда писателей, обсуждение новых книг свидетельствует о значимости литературы как социального явления. Публичные люди - политики, общественные деятели, артисты, представители шоу-бизнеса - взяли за перо, осознавая чтение, как мощное средство социальной коммуникации, эффективный способ

влияния на умы и настроения людей. Институт глобализации и социальных движений прогнозирует, что в условиях кризиса россияне будут больше читать книги социальной, политической и философской проблематики. Жизненные наблюдения В.Я. Аскаровой, беседы с молодыми людьми, изучение высказываний в Интернет дают основания полагать, что книга занимает все более значимое место в жизни молодежи. Возрастает престиж интеллекта, что создает основу для формирования моды на чтение. В Интернете активно обсуждаются проблемы чтения, размещаются материалы о новых книгах, рекомендательные списки, фрагменты литературных произведений.

Продолжает эту тему и подтверждает студентка **А. Мильцина**, в статье «**И все-таки мы книгоеды...**» в которой, она излагает взгляд молодежи на собственное чтение. Автор стремится опровергнуть широко распространенное мнение о нечитающей молодежи: «Но ведь именно мы штурмом берем «Маяковку», назначаем друг другу свидания в «Буквоеде» и мегабайтами качаем раритетную и запрещенную литературу в мировой сети. Конечно же, мы читаем. Вопрос, что мы читаем...».

Современная молодежь читает повсюду: в транспорте, в институте, в кафе, на улице. Читаются книги, как на бумажном носителе, так и в карманных компьютерах.

Если 7–8 лет назад молодые люди утверждали, что книга отжила свой век, то сейчас в Интернете активно обсуждаются проблемы чтения (модно ли читать современному человеку?), размещаются дискуссионные материалы о новых книгах, «вывешиваются» рекомендательные списки, такие как «Модное чтение для стильных и уверенных», публикуются фрагменты популярных произведений. Это свидетельствует о том, что чтение постепенно превращается в важную составляющую имиджа успешного, «продвинутого» интеллектуала.

Л. Степанова рассматривая портрет современного читателя-школьника, рассуждает о необходимости руководителями детского чтения понимать стремления детей. Автор отмечает: *«взрослые убеждены, что дети не хотят читать, хотя сами школьники стремятся к новым впечатлениям, диалогу, в том числе с книгой. Взрослые пренебрегают открытием собственной позиции читающих*

людей». Выход из сложившейся ситуации Л. Степанова видит в создании условий для диалога с юным читателем. Детская библиотек должна стать удобной, открытой, безопасной формой выражения понимания и непонимания, притяжения и отвержения. Нынешние руководители чтения преподносят культуру, как готовый результат, а не процесс, а дети не воспринимают бесспорные истины. Проект Ленинградской ОДБ **«Школа детского чтения»** как раз предполагает деятельное участие детей в создании современной культуры. *«Так, лидеры Школы - подростки из г. Сланцы - заставили взрослых создать место для общения и дискуссий в электронной среде. Так появился Интернет-форум для подростков «Наш книжный друг». Он явился еще и перспективой понимания особенностей творчества взрослых по интеграции духовных, интеллектуальных ресурсов нового поколения подростков в развитие книжной культуры».*

В.Я. Аскарлова, предлагает к реализации **мегапроект «Поддержка и развитие чтения на Большом Урале: библиотечный «локомотив»**, объединяющего институты книги и чтения, направленного на все возрастные группы населения. Который был разработан в Центре чтения ЧГАКИ.

Библиотека как основной институт организации чтения, имеющий длительный непосредственный контакт с читателями, имеет наибольшие возможности усиления моды на чтение: на это нацелена практически вся система ее работы и целенаправленной программно-проектной деятельности по поддержке и развитию чтения. Внимание к различным проявлениям моды в чтении позволяет более четко выстроить стратегию комплектования книжных фондов, тематику различной библиографической продукции, определить содержание массовой работы с читателями.

Е. Путинцева видит же в приобщении подрастающего поколения к чтению, через использование возможностей аудиовизуальных и мультимедийных материалов в приобщении подрастающего поколения к чтению. ОУНБ им. А.С. Пушкина (г. Чита) уже осуществляет работу с руководителями детского чтения, включая преподавателей, воспитателей и методистов дошкольных учреждений. К их услугам предоставляется медиатека, предлагающая использовать ресурсы Интернет, различные мультимедийные и аудиовизуальные издания. Среди них - фонд электронных

энциклопедических изданий, справочников, учебных, познавательных программ. Их преимущества по сравнению с бумажными аналогами заключаются в максимальном использовании мультимедийных возможностей (звук, графика, видео, текст, анимация). Их применение эффективно в групповой и массовой работе.

Работе по популяризации чтения способствуют и кинофильмы, снятые по лучшим произведениям русской и зарубежной классики, а также научно-популярные киноленты. После просмотра фильмов из «золотого фонда» мирового кинематографа («Война и мир», «Дворянское гнездо», «Вишневым сад», «Братья Карамазовы») читатели проявляют интерес к классической литературе.

С учреждениями образования библиотека заключает договоры на информационное обслуживание. Совместно с преподавателями проводятся литературно-музыкальные вечера, встречи с писателями, деятелями культуры и искусства, уроки знаний, медиалектории. Для руководителей детским чтением проводятся Дни специалиста с просмотром новых аудиовизуальных и мультимедийных материалов. Особое внимание уделяется краеведческой тематике.

Автор отмечает, что массовые мероприятия только выигрывают при применении электронных документов: «Они оказывают заметное влияние на формирование читательских и зрительских предпочтений, побуждая интерес к знакомству с лучшими образцами полиграфических изданий».

Увлекательный способ по поднятия престижа подросткового чтения, предлагает **Л. Ковалева** в статье **Дети-созидатели Нового мира**. Автор делится размышлениями о возможностях творческих конкурсов в продвижении книги и чтения среди детей и молодежи. И приводит опыт художественных конкурсов в библиотечно-информационной системе г. Нижневартовска.

Так, конкурс изобразительного искусства среди молодых талантов «Человек есть то, что он читает» предлагал участникам самим выбрать литературное произведение и способ его отражения в изобразительном искусстве. В итоге на конкурс были представлены работы, отражающие содержание самых разных книг: классики XIX и XX вв., фантастику и сатиру, мифологию и фольклор. Среди авторов выбранных произведений: М. Булгаков, А. Солженицын, В.

Высоцкий, И. Ильф и Е. Петров, Д. Мамин - Сибиряк, Д. Сэлинджер, Н. Гоголь, И. Ефремов. С тех пор ежегодные художественные конкурсы стали предполагать обязательное обращение молодого поколения к книге.

Другой конкурс - конкурс художественной декламации. В ЦГБ г. Нижневартовска это всегда зрелищное мероприятие с интересным сценарием. В жюри приглашаются известные в городе люди: актеры, журналисты, режиссеры. Темы конкурса художественной декламации достаточно сложны. Так, конкурс «От Петрарки до Шекспира» (2004г.) был обращен к литературе эпохи Возрождения; «Восточный ветер» (2006 г.) - к литературе Китая, Японии и Кореи; «Неизвестная классика» (2007г.) - к малоизвестной поэзии XIX в.; «День серебра» (2008г.) - к произведениям рок-поэзии. При подготовке к конкурсу библиотекари формируют рекомендательные списки, организуют книжную выставку. Участники-подростки активно обращаются к библиотечным фондам. Для некоторых участие в творческом конкурсе становится поводом записаться в библиотеку.

Относительно молодой проект «Театр и книга» является своего рода продолжением творческих конкурсов. Проект представляет собой цикл встреч с известными мастерами театра и литературы. Здесь преследуется идея книги, как открытия, совершенного с помощью искусства. В процессе встречи герой раскрывается с непривычной, незнакомой стороны. В проекте приняли участие писатель А. Геласимов, режиссер В. Белякович, актер и писатель С. Юрский. Финансируется проект из городской целевой программы развития культуры, существенную поддержку оказывают и спонсоры.

Автор отмечает, что ЦГБ г. Нижневартовска ведется многоплановая и разнообразная работа в поддержку чтения, составной частью которой являются представленные проекты.

Л. Мутов рассказывает о таком замечательном методе **приобщения детей к чтению, как «Storysack»**. Его идея заключается в получении удовольствия от совместного громкого чтения ребенка и родителей или учителей. Взрослые «разыгрывают» истории из детских книжек, оценивают их с помощью сопроводительного материала (игрушек, аудиокассет и др.) Изобретатель сторисека Нейл Гриффитс считал, что, обучая ребенка читать, взрослые сами должны много читать ему вслух. Таким

образом, у ребенка сформируется навык читателя и стимул к самостоятельному чтению.

Цель сторисека:

- разноуровневый и разносторонний подход к книге в рамках общеобразовательных целей и задач;
- получение удовольствия от самой книги и от совместного громкого чтения.

Задачи сторисека:

- чтение хороших книг;
- расширение кругозора;
- пополнение и расширение словарного запаса;
- развитие навыков осмысленного чтения;
- развитие навыков обсуждения художественного произведения;
- развитие социальных навыков;
- развитие самоуверенности;
- стимулирование интереса к книге.

В состав сторисека входят: художественная книга, мягкие игрушки и реквизиты к книге, научно-популярная книга, аудиокассета, языковая игра, шпаргалка для родителей. Реквизитами могут быть бытовые предметы и предметы окружающей среды из книги, иногда к ним относят театральные экран или театральные коврики.

Научно-популярная книга соответствует тематике художественной книги, расширяет и дополняет ее научно-познавательными фактами на доступном детям языке. Аудиоверсии книги позволяют прослушать книгу несколько раз, что развивает навыки осмысления, пересказа и рассказывания.

Языковые игры являются великолепными средствами выражения мысли, занимательны и увлекательны, развивают новые навыки, расширяют словарный запас, закрепляют понимание прочитанного и помогают изучить языковые особенности художественного произведения. Шпаргалки для родителей дают необходимый совет, содержат всевозможные вопросы и задания. Пользуясь этой методикой, сотрудники Челябинской областной детской библиотеки им. В. Маяковского разработали свои сторисеки по сказкам. Для библиотекарей области проведен мастер-класс по

организации сторисеков. Автор считает данный метод перспективным для российских библиотек.

Н.Г. Чичерина в своей публикации «От Робинзона до Алитета» рассказывает о необычной выставке в Томской ОДЮБ, которая была создана в рамках проекта по привлечению детей к чтению на примере известных земляков. Выставка «Любимые книги детства известных томичей» представляла не только книги, но и размышления о них.

Свои отзывы оставили 18 известных людей области: губернатор, председатель областной Госдумы, председатель областного департамента по культуре, депутаты, томские писатели.

На выставке были представлены книги Д. Дефо, М. Риды, Ф. Купера, Д.Р. Киплинга, А.-К. Вестли, Х.К. Андерсена, С.Я. Маршака, А.М. Волкова, А.Н. Толстого, Ж. Верна, Н.А. Некрасова, А.П. Гайдара, А.П. Чехова, А.Т. Твардовского, Т.З. Семушкина.

Во всех отзывах звучала мысль, что книги подарили счастливое детство, мечты быть похожими на честных, умных, сильных героев, способных помогать добру, бороться со злом.

Выставка существует и в виртуальном варианте. В Интернет - версии содержится информация об упоминаемых писателях, их портреты, аннотации на книги.

В библиотеке организовывались встречи с людьми, оставившими свои отзывы, проводились викторины, игры, беседы.

А, С.В. Савкина предлагает пойти еще дальше и использовать медио пространство для организации в ней электронных выставок. Автор рассматривает назначение и особенности технологии создания электронных выставок. С.В. Савкина отмечает, что электронная выставка является своеобразной реакцией библиотек на выход в открытое информационное пространство. Они базируются на использовании мультимедийных и телекоммуникационных технологий, позволяют формировать и поддерживать имидж библиотеки, способствуют развитию и совершенствованию библиотечного сервиса.

Электронные книжные выставки подразделяются на выставки новых поступлений, персональные и др. Они могут быть ориентированы на различные пользовательские категории: детей, студентов, специалистов различных отраслей и т.п. Распространенная

форма электронных выставок - мультимедийная презентация, но зачастую они организуются и в формате html, что дает дополнительные возможности навигации по гиперссылкам и делает выставку более информативной.

В таблицах автор сопоставляет потребительские свойства и назначение традиционных и электронных книжных выставок, показывая достоинства и недостатки каждого вида.

Обозначены следующие возможности электронной книжной выставки:

- Если электронная выставка размещена в глобальной сети, то для ее просмотра необязательно находиться в библиотеке.
- Возможность представить большее количество документов, не занимая реального пространства библиотеки.
- Каждый «экспонируемый» документ можно сопроводить аннотацией, рефератом, копией содержания и/или фрагментами текста, иллюстрациями.
- Просмотр документов, представленных на выставке, неограниченным количеством пользователей не грозит их сохранности.
- Возможность длительного или даже постоянного функционирования.
- Электронная выставка может быть оформлена оригинальными графическими изображениями, анимацией и звуковыми эффектами, что особенно важно для детей и людей с ограниченными возможностями.
- Благодаря возможности распечатки информации, представленной на выставке. Можно создать новый информационный продукт, например, библиографический указатель.

Тем не менее, на применение электронных выставок существует ряд ограничений:

- Создание и просмотр электронной книжной выставки требует наличия компьютера. Не каждый ПК соответствует требованиям, необходимым для просмотра выставки.

- Не каждый пользователь библиотеки обладает необходимыми умениями для ознакомления с электронными книжными выставками.
- При технических неполадках представление выставки и ее просмотр становится невозможным.
- Производитель книжной выставки должен обладать необходимыми компьютерными умениями и художественным вкусом.

Таким образом, подготовка электронной книжной выставки нуждается в собственном технологическом обеспечении.

Г.Л. Коновалова в статье «Игровые формы библиотек» предлагает использование игровых форм, базируясь на опыт работы с молодыми читателями в ЦГБ им. Н. Островского г. Белгорода.

Библиотека взяла на вооружение опыт телевизионных игровых передач и успешно использует его для привлечения подростков в библиотеку, популяризации информационных библиотечных ресурсов, повышения престижа библиотеки.

Первым из таких проектов стал аналог передачи «Любовь с первого взгляда» – «Дарю свое сердце», который получил позитивные отклики и дал толчок новым идеям. Телевизионная игра «Кто хочет стать миллионером?» стала основой игровых проектов «Лидер чтения» (в рамках Недели книги для молодежи), «Как это по-русски?» (в рамках Года русского языка), «Россия, Родина, судьба» (ко Дню народного единства). Были осуществлены проекты «Великий подвиг в книгах» (по форме телепередачи «Своя игра») и «Русь героическая» по форме телепередачи «Что? Где? Когда?»

К 200-летию Н.В. Гоголя была проведена **игра «Encounter»** – совместный проект двух систем – библиотечной и интерактивных интеллектуальных городских игр. Основная идея игры «Encounter» (в переводе «Схватка») заключается в последовательности выполнения различных заданий на время. В игре участвуют несколько команд, каждая из которых выполняет задание, приезжая на место нахождения кода или агента с кодом. Игра проводится в темное время суток. Отыскав верный код, команда вводит его в специальную форму на сайте и получает задание для перехода на следующий уровень.

Автор отмечает, что разнообразие форм публичной деятельности библиотек, их смена позволяет концентрировать

внимание участников и снимать усталость восприятия, а игровые формы учат общению и творчеству.

Школьные библиотеки, по мнению **В.П. Чудиновой** еще один из развитых социальных институтов, которыми пользуются все без исключения российские учащиеся. Существуют школы, где школьные библиотеки являются мощными информационно-библиотечными центрами и инновационными площадками для школьников и педагогов, где ученики могут развить свои способности и осуществлять проекты рядом с библиотекарями как информационными и медиа-специалистами — теми, кто в процессе обучения окажет им информационное и педагогическое сопровождение.

Интернет предоставляет школьным библиотекарям большие возможности. В последние годы создаются специальные цифровые коллекции образовательных ресурсов (ЦОР), работают образовательные порталы. Все больше школьных библиотекарей повышают свою квалификацию, осваивают специальные компьютерные программы, разработанные для школьных библиотек, учатся создавать новые информационные ресурсы. Развиваются сайты школ и сайты школьных библиотекарей.

В процессе поиска детьми информации в Интернете особая роль может принадлежать также детским библиотекарям, способным стать «люцманами» и консультантами детей в киберпространстве. В последнее десятилетие в развитых странах библиотечному обслуживанию детей и подростков уделяется все больше внимания. Подчеркивается важная роль чтения детей в век информации, необходимость развития читательской, а также информационной грамотности.

Для поддержки чтения детей и подростков библиотекари широко используют возможности Интернета. Одна из наиболее сложных проблем, в решении которой могут участвовать библиотекари, разработка контента, механизмов экспертизы, а также критериев оценки качества сайтов, мультимедиа и другой продукции для детей. Часть этой проблемы — экспертиза контента сайтов, созданных для детей организациями и частными лицами. Результаты зарубежного опыта свидетельствуют, что детские библиотекари активно занимаются изучением и оценкой «детских» сайтов, а также

других сайтов, которые могут использоваться детьми и родителями в целях самообразования (например, сайты музеев, научных организаций и др.). Имеется ряд библиотек, интенсивно осваивающих Интернет и выполняющих роль «лоцманов» и экспертов-консультантов по отбору, оценке, рекомендации лучших ресурсов Сети для детей. Об этом свидетельствует опыт Российской государственной детской библиотеки, Ленинградской областной детской библиотеки, Свердловской областной библиотеки для детей и юношества, Саратовской областной библиотека для детей и юношества им. А.С.Пушкина, Централизованной системы детских и школьных библиотек города Озерска и многих других. Приведем примеры двух инновационных проектов. Один из них — **сайт РГДБ «Библиогид»**.

Первоначально этот интернет-проект имел функции «электронного журнала» для родителей и детей. Затем структура сайта изменилась, появились гостевая книга, форум, возникли разделы по новым темам. Информация на сайте обновляется каждую неделю, команда высококвалифицированных специалистов постоянно отслеживает и изучает новинки издаваемой детской литературы. Сайт имеет разветвленную структуру, и здесь можно почитать не только о новых, но и о «старых» любимых авторах (тех, кого читали родители, бабушки и дедушки), о лучших художниках-иллюстраторах детской книги и многое другое. Сайт награжден несколькими премиями в сфере библиотечного дела. По отзывам специалистов, сегодня это лучший интернет-ресурс для родителей в области рекомендательной библиографии.

Другой интернет-проект РГДБ — **дискуссионный клуб «Диалогос»**. Сайт клуба сделали сами участники, и сегодня этот клуб являет пример сочетания реального и удаленного общения его участников (недавно клуб организовал новые возможности для общения с помощью блогов и социальных сетей). Повышение роли библиотек, работающих с детьми. Результаты анализа сайтов центральных детских библиотек в регионах свидетельствуют о том, что библиотекари стремятся использовать Интернет для развития личности ребенка. Использование детскими и школьными библиотеками возможностей, которые сегодня предоставляет Интернет, способствуют тому, что они:

- становятся более «видимыми», т. е. открытыми и прозрачными для пользователей (дети, родители, подростки могут лучше узнать «свою» библиотеку, дистанционно получить много новой и полезной информации);
- увеличивают интерактивное взаимодействие с пользователями (дети и подростки участвуют в электронном голосовании на сайтах библиотек, общаются в гостевых комнатах, на сайтах и форумах, в блогах, которые ведут библиотекари);
- увеличивают возможности кооперации и объединения усилий специалистов (работа «виртуальных справок», обмен библиографическими записями, другие коллективные проекты);
- обеспечивают навигацию к лучшим ресурсам Сети.

Центральные детские библиотеки регионов активно развивают новые подходы, вырабатывают новую стратегию работы с детьми с использованием возможностей, которые предоставляют информационно-коммуникационные технологии, включая Интернет.

Можно обозначить главные направления этой новой стратегии:

- продвижение и поддержка чтения детей и семей в обществе знаний;
- отбор, оценка, рекомендация лучших книг, журналов, мультимедиа и интернет-ресурсов для детей и родителей (в том числе, развитие интернет-проектов);
- обучение, консультирование детей и воспитателей с целью развития у школьников информационной грамотности и культуры личности;
- помощь детям в поиске информации для учебы, самообразования и досуга (в том числе, с помощью создающихся сегодня на сайтах детских библиотек «виртуальных справок»);
- развитие новых возможностей для диалога — «виртуального общения» подростков и взрослых на интересующие их темы.

Это и многое другое свидетельствует о том, что библиотекари различных типов библиотек помогают подрастающему поколению использовать ресурсы Интернета более эффективно, а также создают и организуют гуманное «детское» интернет-пространство.

Конечно, библиотекари могли бы сделать гораздо больше, однако во многих регионах страны преобладающая часть небольших библиотек не компьютеризирована.

Именно дети — самые активные пользователи Интернета, им особенно нужна помощь в расширяющемся киберпространстве.

Детские и школьные библиотекари могут и должны стать участниками построения общества знаний, поскольку от того, в какой мере они будут включены в этот процесс, во многом зависит наше будущее. Одним из главных принципов при взаимодействии библиотекаря с читателем в Интернете является интерактивность. Необходимо соединение библиотекарей как реальных, так и удаленных читателей-пользователей с помощью ряда новых технологий. *Мир Интернета расширяется, предоставляя детям, подросткам и юношеству все больше ресурсов и новых возможностей. Задача взрослых профессионалов — помочь юным в развитии и социализации личности, а также построение гуманного сегмента киберпространства, чтобы дети, подростки, юноши и девушки стали образованными и культурными людьми.*

Сегодня важность проблем детского чтения, приобщения ребенка к книге возрастает. Библиотека сегодня нередко является единственным гарантом бесплатного получения литературы и информации. И это особенно необходимо в условиях, когда бурно развивается массовая культура. Важно, что в основе модели детского чтения, которая отражена в фонде детской библиотеки, заложена идея «золотого ядра» детской литературы, опирающаяся на традиции мировой и отечественной культуры. Поэтому сохранение детских библиотек, а также других библиотек, работающих с детьми, является залогом сохранения лучших традиций детского чтения сегодня.

Библиотека как основной институт организации чтения, имеющий длительный непосредственный контакт с читателями, имеет наибольшие возможности усиления моды на чтение: на это нацелена практически вся система ее работы и целенаправленной программно-проектной деятельности по поддержке и развитию чтения. Внимание к различным проявлениям моды в чтении позволяет более четко выстроить стратегию комплектования книжных фондов, тематику различной библиографической продукции, определить содержание массовой работы с читателями.

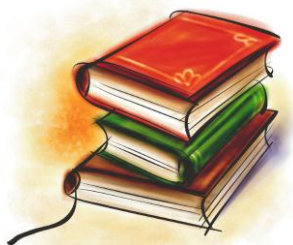
Новые исследовательские возможности библиотек связаны с выявлением возможностей информационных технологий. Интернет

как наиболее доступное коммуникативное пространство поможет организовать диалог, понять причинность и мотивацию читательских запросов людей, особенно – молодых, попытаться сформировать интерес к заслуживающим внимания произведениям. Модные книги, к которым уже сформировался обостренный интерес, могут создать основу для такого взаимодействия. Участие различных возрастных групп в этой работе позволяет снять барьеры между поколениями, сформировать приемлемое поле взаимодействия.

Все выше изложенное основано на реализации постулата, в соответствии с которым можно управлять модой, лишь приспособившись к ней; действуя на ее пространстве, используя ее средства и каналы распространения.

Представляется очевидным, что для современного периода характерен интерес к проявлению моды в чтении как к средству, которое можно использовать в инструментальных целях как стимул побуждения к чтению. Моде отводится роль культурной посредницы, которая с помощью разнообразных социальных приманок рекрутирует читателей. Результатом этой деятельности должно стать сознательное формирование моды на чтение, особенно – у молодых людей. Важно внедрять в их сознание, что чтение как никакой другой вид деятельности способствует развитию мышления, речи, тренирует память, активизирует словарный запас, обогащает личный опыт, позволяет познать самого себя и других людей. Не читая, нельзя достичь полноценной самореализации, раскрытия богатейшего потенциала личности.

Мода на чтение – путь к формированию устойчивой культурной привычки. Различные стимулы развития чтения, в данном случае, читательская мода, могут оказаться могущественным средством приобщения к книжному богатству. И тогда заклинания типа «Читать – модно!», «Читать – престижно!» будут постепенно вытеснены пониманием того, что **чтение – жизненно необходимо.**



Список литературы:

1. Аскарлова, В.Я. Возможности искусствоведческого, социологического, культурологического и иных подходов к исследованию читательской и литературной моды / В.Я. Аскарлова // ВЕСТНИК ЧГАКИ: Сб.ст. – Челябинск, 2009. – 3.- С.105-118.
2. Аскарлова, В.Я. Читательская мода: 20 лет спустя /В.Я. Аскарлова.
3. Аскарлова, В.Я. Чтение: от идеологии «катастрофизма» - к энергии действия / В. Я. Аскарлова // Библиотечное дело. - 2009. - № 21. - С. 27-30.
4. Аскарлова, В., Сафонова, Н. Подросток и взрослые: трудный диалог по поводу книги // Библиотека. – 2007. – № 1. – С. 34–36.
5. Библиогид [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://bibliogid.ru>
6. Бобина, Т.О. Фактор моды в жанровых предпочтениях детских авторов / Т.О. Бобина //Мода в книжной культуре: границы дозволенного: сб. научных статей. –Челябинск, 2010.- С.99-112.
7. Гофман, А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения /А. Б. Гофман. – М.: Наука, 1994. – 158с.
8. Дискуссионный клуб «DIALOGOS» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.obsudim.net>
9. Ильина, В. Читают ли дети в читающей стране / В.Ильина // Библиотека в шк. – 2001. – 1-15 марта. – С.4.
10. Ковалева, Л. Дети - создатели Нового Мира / Л. Ковалева // Библиотечное дело. - 2009. - № 16. - С. 20-22.
11. Коновалова, Г.Л. Игровые формы публичной деятельности библиотек как метод продвижения чтения среди юношества / Г.Л. Коновалова // Новая библиотека. – 2010. – № 3. – С. 15–17.
12. Мильцина, А. И все-таки мы книгоеды... / А. Мильцина // Библиотечное дело. - 2008. - № 14. - С. 44.
13. Мода // Большой энциклопедический словарь: философия, религия, эзотеризм, политэкономия. – М., 2002. – С. 511.
14. Мутав, Л. Удовольствие от совместного чтения / Л. Мутав // Библиотечное дело. - 2008. - № 23. - С. 41 - 43.

15. Покровский, А. А. О работе с беллетристикой / А. А. Покровский // Сб. статей по библиотечной работе – М. Б. и. , Вып. 3. – С. 5-40.
16. Путинцева, Е. Выключите компьютер: время читать / Е. Путинцева.- Библиотека . - 2008 . - №2 . - С.14-16.
17. Савкина, С.В. Электронные книжные выставки: Потребительские свойства, технологии подготовки / С.В. Савкина // Библиотечное дело. - 2009. - Спец. вып.: Библиотечные технологии: наука о мастерстве. - С. 24-29.
18. Сазанова, Е. Информационные потребности пользователей – каковы они? / Е. Сазанова // Библиотека . - 2008 . - №3 . - С.15-17.
19. Сафонова, Н.К. Существует ли детская читательская мода?/Н.К.Сафонова, 2010. - 10с.
20. Свендсен, Л. Философия моды / Л. Свендсен – М.: Прогресс-Традиция, 2007. – 256с.
21. Степанова, Л. Ортодоксальное и парадоксальное в чтении современных детей / Л. Степанова // Библиотечное дело. - 2008. - № 1. - С. 5 - 8.
22. Фролова, Н.Т. А в моде ли суть? Опыт социально-психологического исследования вопросов моды / Н.Т. Фролова // Мода: за и против / под ред. В.И. Толстых. - М.: Искусство, 1973. - С. 204-221.
23. Чичерина, Н.Г. От Робинзона до Алитета / Н.Г. Чичерина // Библиотека. -2009. -№ 8. -С. 3-4.
24. Чудинова, В.П. Библиотекари в киберпространстве: новые возможности и новые задачи / В. П. Чудинова // Школьная библиотека. — 2006. —№9–10. — С.107–115.

СОДЕРЖАНИЕ:

МОДА И ЧТЕНИЕ

Особенности проявлений моды в области чтения.....3

**Возможности использования феномена моды
в целях стимулирования читательской активности.....8**

ЧИТАТЕЛЬСКАЯ МОДА В ПОДРОСТКОВОЙ СРЕДЕ

Мода и подростки.....14

**Стимулирование читательской активности подростков
с использованием механизмов моды.....19**

Список литературы.....33

Составитель, компьютерная верстка и оформление:
Частухина С.Г., библиограф.

Заказ можно сделать по тел. 53-63-35.